

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – JORNALISMO

RENATA PORTELA DE OLIVEIRA

SITE “PINHA PINHÃO” E OS RECURSOS DA
LINGUAGEM DE WEBJORNALISMO

CURITIBA

2011

RENATA PORTELA DE OLIVEIRA

**SITE “PINHA PINHÃO” E OS RECURSOS DA
LINGUAGEM DE WEBJORNALISMO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Graduação em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal do Paraná, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Comunicação Social.

Orientador: Prof. Geraldo Peçanha de Almeida.

CURITIBA

2011

*Dedico este trabalho às cinco
pessoas que sempre estiveram lá*

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus pais Rose e Nelson, e as minhas irmãs Roberta, Livia e Nubia por todas as vezes em que cheguei em casa à noite e encontrei janta na mesa, pelas caronas que me deram, por todas as dicas de pauta, por lerem minhas matérias, por terem sido meu ponto de apoio e porto seguro durante os seis anos e meio entre o início e o fim deste curso. Nenhum pequeno gesto passou despercebido e sem eles eu teria desistido na primeira dificuldade.

Meu obrigada também às amigas que encontrei durante o curso: Aline, Duda, Michele, Rafaella, Taysa e Priscila. Graças a elas, a faculdade foi um dos melhores períodos da minha vida. Não posso esquecer do Alex, que chegou no finalzinho, mas que me acompanhou pelas trilhas, morros e estradas de terra quase sem reclamar.

Agradeço também aos bons professores que tive por compartilharem seu conhecimento, sua experiência e visão de mundo comigo. Graças a eles, eu saio da faculdade uma pessoa melhor do que era quando entrei.

RESUMO

Este trabalho apresenta um estudo dos elementos que caracterizam atualmente a linguagem do webjornalismo e serve de suporte para a construção do site “Pinha Pinhão”. A pesquisa bibliográfica apresenta um breve histórico das fases de desenvolvimento do webjornalismo a partir da década de 1990 até seu estágio atual. O estudo apresenta uma análise dos recursos técnicos disponíveis atualmente à narrativa jornalística na internet, explicando seu funcionamento e indicando situações e modos de como empregá-los de forma adequada.

Palavras-chave: jornalismo *online*, webjornalismo, reportagem multimídia, convergência multimidiática, linguagem do jornalismo *online*, *web 2.0*, interatividade.

ABSTRACT

This paper presents a study of elements currently the language of web journalism and lends support to construction site "Pinha Pinhão". The literature presents a brief history of the development phases of web journalism from the 1990s to the present stage. The study presents an analysis of technical resources currently available in the newspaper story Internet, explaining its operation and stating conditions and modes of how to employ them appropriately.

Keywords: online journalism, webjournalism, multimediatic storytelling, multimedia convergence, online journalism language, web 2.0, interactivity.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	7
2. JUSTIFICATIVA	10
3. OBJETIVOS.....	12
3.1. OBJETIVO GERAL	12
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
4. METODOLOGIA.....	13
4.1. CRONOGRAMA	13
5. CARACTERÍSTICAS CONDICIONANTES À LINGUAGEM JORNALÍSTICA NA WEB	14
6. DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO <i>ONLINE</i>.....	17
6.1. INÍCIO DO JORNALISMO <i>ONLINE</i>	17
6.2. FASES DE DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO <i>ONLINE</i>	18
7. O ATUAL JORNALISMO <i>ONLINE</i>	22
8. O SITE “PINHA PINHÃO”	27
REFERÊNCIAS	29
ANEXO A – PÁGINA INICIAL DO SITE	31
ANEXO B – PÁGINA PRINCIPAL POR EDITORIA	32
ANEXO C – PÁGINA PRINCIPAL POR CIDADE	33
ANEXO D – ATRATIVOS TURÍSTICOS	34
ANEXO E – GUIA COMERCIAL.....	35
ANEXO F – INFORMAÇÕES SOBRE A CIDADE	36
ANEXO G – EXEMPLO DE REPORTAGEM	37
ANEXO H – FÓRUM.....	38
ANEXO I – BUSCA INTERNA	39

1. INTRODUÇÃO

A popularização da internet, que aconteceu no mundo inteiro principalmente nas últimas duas décadas, provocou mudanças profundas e irreversíveis em toda a sociedade. Hoje, qualquer pessoa pode ser um produtor de conteúdo, com possibilidade, inclusive, de atingir grandes audiências. Sites noticiosos gratuitos pululam na rede, enquanto jornais impressos lutam para se manter economicamente viáveis. Blogs e sites de notícias colaborativos tornam-se fontes de informação com credibilidade para seus leitores, numa situação pouco compreensível para o jornalismo tradicional.

Com tanta oferta de informação, é um desafio para os sites jornalísticos atrair e fidelizar audiências. Manter na internet os mesmos padrões já praticados em mídias tradicionais é explorar a *web* de forma muito limitada. O webjornalismo¹ precisa descobrir novas narrativas, encontrar formas mais interessantes de comunicar, aproveitando adequadamente os recursos do suporte tecnológico no qual é veiculado.

E esses recursos são abundantes. Somando-se a isso o fato de que a linguagem do webjornalismo ainda não está consolidada², o resultado pode ser confuso. Este estudo se propõe a estudar os elementos que constituem atualmente a linguagem do jornalismo *online*, desvendando suas especificidades, e como e quando esses recursos podem ser utilizados para enriquecer a narrativa jornalística sem causar redundância ou ruído na comunicação.

Como linguagem, pode-se apontar a seguinte definição:

“Uma linguagem é um meio de expressão cujo caráter dinâmico supõe o desenvolvimento temporal de qualquer sistema de signos, imagens, ou sons, tendo como objeto a organização deste sistema expressar ou significar ideias, emoções ou sentimentos.” (MITRY, 1974 apud CANAVILHAS, 2007a, p. 38) (tradução livre)

Esta pesquisa começa fazendo um breve resgate histórico das transformações porque passou a linguagem do jornalismo *online* a partir da década de 1990 até os dias atuais. E em

¹ Luciana MIELNICZUK (2003, p. 1) aponta que não há consenso sobre a terminologia a ser utilizada quando se trata de jornalismo praticado na internet, para a internet ou com o auxílio da internet. A autora sistematiza os termos utilizados por diversos estudiosos fazendo distinção entre jornalismo eletrônico, jornalismo digital ou jornalismo multimídia, ciberjornalismo, jornalismo *online* e webjornalismo. Neste trabalho, pretende-se discorrer sobre a linguagem do jornalismo que utiliza a internet como suporte. Como a discussão sobre as diversas terminologias não contribui diretamente para a pesquisa proposta, esses termos serão utilizados como sinônimos, significando a produção jornalística feita para a internet.

² CANAVILHAS, 2007, p. 16.

seguida, passa-se a elencar alguns dos recursos técnicos disponíveis atualmente, fazendo-se uma análise de cada um deles, identificando como e quando utilizá-los.

A pesquisa teórica serve de suporte para a construção do site *Pinha Pinhão*, um sítio na internet dedicado ao turismo em cidades vizinhas a Curitiba. Neste estudo, adota-se o conceito de turismo estabelecido pela Organização Mundial do Turismo, que engloba “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”³.

Como o turismo é uma área muito abrangente, foi feito um recorte de alguns segmentos do turismo a serem trabalhados no site. A escolha foi feita de acordo com a identidade das ofertas de atrativos turísticos que as cidades próximas à capital dispõem. Entre os segmentos apontados no manual *Marcos Conceituais*⁴ do Ministério do Turismo do governo brasileiro, foram selecionados turismo rural, turismo de aventura, ecoturismo e turismo cultural.

De acordo com o mesmo manual, turismo rural “é o conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade” (p. 49). Por meio rural entende-se um território cuja destinação da terra é focada principalmente nas atividades agrícolas. A noção de ruralidade engloba características como “a paisagem, a biodiversidade, a cultura e certo modo de vida, identificadas pela atividade agrícola, a lógica familiar, a cultura comunitária, a identificação com os ciclos da natureza” (op. cit., p. 51).

Turismo de aventura “compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo” (op. cit. p. 39). Ainda de acordo com o manual *Marcos Conceituais*:

A palavra aventura – do latim *adventura* – o que há por vir – remete a algo diferente. Para fins deste conceito consideram-se atividades de aventura as experiências físicas e sensoriais recreativas que envolvem desafio, riscos avaliados, controláveis e assumidos que podem proporcionar sensações diversas: liberdade; prazer; superação, etc. – a depender da expectativa e experiência de cada pessoa e do nível de dificuldade de cada atividade (...). (op. cit., p. 40)

³ In: BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. p. 2. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/14manuais.html/Marcos_Conceituais.pdf>. Acesso em: 02 maio 2011.

⁴ Op. cit.

O turismo de aventura pode ocorrer em qualquer espaço: natural ou construído, rural ou urbano, estabelecido como área protegida ou não.

Ecoturismo é um segmento turístico que “utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (op. cit, p. 9). Como conceito de sustentável, entende-se o “desenvolvimento capaz de atender às necessidades da geração atual sem comprometer os recursos para a satisfação das gerações futuras”⁵. O manual *Marcos conceituais* aponta também que o ecoturismo envolve atividades que “promovam a reflexão e a integração homem e ambiente, em uma inter-relação vivencial com o ecossistema, com os costumes e a história local” (op. cit., p. 10).

Por último, turismo cultural “compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (op. cit., 14). Este tipo de turismo tem relação direta com a motivação do turista. Ao realizar turismo cultural, o turista busca conhecer o patrimônio histórico e cultural e participar de certos eventos culturais do local visitado.

O site *Pinha Pinhão* é voltado para o público que mora em Curitiba e região, e tem como objetivo explorar na prática os elementos constitutivos da linguagem do jornalismo *online* em sua expressão mais rica, além de contribuir de forma positiva para o lançamento de um novo olhar sobre a região metropolitana de Curitiba pelas pessoas que moram na capital.

⁵ Conceito de Desenvolvimento Sustentável - World Commission on Environment and Development, 1987. In: BRASIL. Ministério do Turismo. Op.cit., p. 10.

2. JUSTIFICATIVA

O jornalismo brasileiro ainda não conseguiu se apropriar totalmente da internet de forma criativa e inovadora, explorando recursos de multimídia, interatividade e novas formas de apresentação de conteúdos⁶. Uma das razões é que as empresas jornalísticas enxergaram tardiamente a internet como um novo meio de comunicação. A rede mundial era tida como um complemento das mídias tradicionais e apenas recentemente passou a ser vista como um veículo com linguagem própria.

A instabilidade tecnológica do meio, que ainda está se desenvolvendo, é outro fator limitante do desenvolvimento de uma linguagem jornalística na internet:

(...) são as características de cada meio, sobretudo as técnicas, as que condicionam os códigos jornalísticos. Esse processo de identificação de um código pode levar mais ou menos tempo em função do período que o meio demore para estabilizar suas características técnicas, criando um mercado de potenciais utilizadores que justifiquem a aposta da indústria na produção de um determinado aparato. (CANAVALHAS, 2007a, p. 39-40)

Um exemplo dessa limitação técnica é o acesso ainda restrito à banda larga no Brasil. Segundo dados da Pesquisa Nacional de Amostra de Domicílios (PNAD) 2008⁷, existem no país cerca de 12 milhões de domicílios com conexão à internet por banda larga, o que representa 21% da população brasileira.

O número de conexões de banda larga disponíveis cresceu no Brasil nos últimos anos, mas a velocidade de conexão continua sendo baixa em comparação com outros países. Uma pesquisa⁸ conduzida pela Universidade de Oviedo e Universidade de Oxford, em 42 países, classificou o Brasil como o 38º em qualidade de acesso em banda larga. E a velocidade da conexão é determinante quando se trata da utilização ou não de vídeos, fotos em resolução mais alta, entre outros recursos que demandem maior tráfego de dados.

Apesar disso, com a importância social da internet crescendo cada vez mais, os jornais passaram a mostrar preocupação em explorar plenamente esse meio de comunicação.

⁶ É o que apontam os resultados de pesquisa sobre o uso de recursos de linguagem da internet em webjornais brasileiros, disponível em www.facom.ufaba.br/panopticon.

⁷ Disponível em: <<http://blog.planalto.gov.br/banda-larga-no-brasil-e-10-vezes-mais-cara-do-que-em-paises-desenvolvidos/>>. Acesso em: 17 nov. 2011.

⁸ Notícia publicada no portal IDG Now! em 16/07/2011. Disponível em: <<http://idgnow.uol.com.br/mobilidade/2008/09/15/cisco-velocidade-da-banda-larga-no-brasil-nao-satisfaz-demanda-online/>>. Acesso em: 17 nov. 2011.

Entretanto, esse não é um processo simples. Não basta apenas criar reportagens multimídia, por exemplo. É preciso que as diferentes mídias usadas em uma reportagem façam sentido, que sejam complementares e pertinentes.

A proposta desta pesquisa é estudar os elementos que constituem a atual linguagem do webjornalismo e como esses elementos devem ser utilizados para a criação de narrativas jornalísticas mais ricas e interessantes.

Além disso, a pesquisa servirá de base para a criação do site *Pinha Pinhão*, que trará reportagens sobre alguns segmentos de turismo possíveis de serem realizados nas cidades vizinhas a Curitiba.

Esse tema foi escolhido porque as cidades próximas à capital oferecem opções de lazer que poucos conhecem. Além disso, essas cidades são muitas vezes relacionadas à pobreza e violência⁹. O objetivo do site *Pinha Pinhão* é mostrar para moradores de Curitiba, em especial, que essas cidades não se resumem a essas duas questões. As reportagens do site pretendem fazer com que seus leitores conheçam melhor os municípios das redondezas sob os mais diversos aspectos.

⁹ Notícias sobre pobreza e violência são veiculadas constantemente nos jornais, reforçando a imagem negativa dos municípios da RMC. Um exemplo é a notícia “Número de homicídios no fim de semana dobrou na região metropolitana” veiculada no jornal **Gazeta do Povo** em 26/09/2011 (Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vidaecidadania/conteudo.phtml?tl=1&id=1173575&tit=Numero-de-homicidios-no-fim-de-semana-dobrou-na-regiao-metropolitana>>. Acesso em: 27 out. 2011).

3. OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GERAL

Criar o site *Pinha Pinhão*, com notícias e reportagens sobre atrativos turísticos em cidades próximas a Curitiba, cuja narrativa deve utilizar elementos da linguagem atual do webjornalismo para construir discursos jornalísticos mais ricos, e, através deles, contribuir para que moradores da capital conheçam melhor as cidades vizinhas.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fazer um breve levantamento do desenvolvimento da linguagem do jornalismo *online* a partir dos anos 1990 até os dias de hoje.
- Investigar quais são os elementos da linguagem de jornalismo *online* atual e como aplicá-los.
- Criar um site com reportagens sobre turismo de aventura, turismo rural, ecoturismo e turismo cultural nas cidades vizinhas a Curitiba, voltado para moradores da capital e região que se interessam por esses temas.
- Contribuir para que moradores de Curitiba conheçam melhor as cidades vizinhas à capital, sua importância, suas características e as opções de lazer que elas oferecem.

4. METODOLOGIA

A pesquisa sobre os recursos técnicos disponíveis na linguagem do webjornalismo exigirá uma pesquisa bibliográfica tanto da história do desenvolvimento da linguagem do webjornalismo quanto de seus recursos atuais e sua melhor forma de utilização. Para isso, serão empregadas fontes como livros, artigos científicos, periódicos e sites.

O trabalho pretende, através da pesquisa bibliográfica, fazer um breve levantamento sobre o desenvolvimento da linguagem do jornalismo *online* a partir da década de 1990 até os dias de hoje. A pesquisa também trará uma análise dos recursos disponíveis atualmente para a construção de narrativas jornalísticas na internet. Posteriormente, o estudo servirá de base para a construção do produto proposto, o site *Pinha Pinhão*.

O conteúdo jornalístico do site não abordará toda a região metropolitana de Curitiba por esta ser muito extensa. Serão priorizadas as cidades mais próximas à capital porque pretende-se atingir um público interessado em lazer que não exija grandes deslocamentos. Entretanto, isso não exclui a possibilidade de reportagens especiais sobre cidades paranaenses mais afastadas de Curitiba.

4.1. CRONOGRAMA

Fevereiro a abril: Pesquisa bibliográfica sobre jornalismo *online*.

Maio a julho: Construção do site

Agosto a novembro: Produção das reportagens

Dezembro: Apresentação em Banca

5. CARACTERÍSTICAS CONDICIONANTES À LINGUAGEM JORNALÍSTICA NA WEB

Segundo CANAVILHAS¹⁰, as características do meio utilizado condicionam fortemente a linguagem jornalística, fazendo com que ela adquira características específicas em razão das potencialidades do suporte empregado.

SALAVERRIA aponta três particularidades da *web* que podem condicionar a linguagem jornalística nesse meio:

1. Hipertextualidade – Trata-se da “capacidade de interconectar textos digitais entre si” (Salaverria, 2005, p. 30), entendido aqui o conceito de “texto digital” como uma combinação de palavras ou outros elementos multimídia. Fundamentalmente, é a possibilidade de, através de links conectar signos ou grupos de signos de um documento digital com outros documentos digitais.

2. Multimedialidade – “Capacidade, outorgada pelo suporte digital, de combinar em uma só mensagem ao menos dois dos três seguintes elementos: texto, imagem e som” (Salaverria, 2005, p. 32).

3. Interatividade – Esta característica, quiçá a mais visível da Web, se entende como a capacidade que o conteúdo possui de permitir ao usuário construir o tipo de relação com os conteúdos. Isto implica diversos níveis de relação, do mais simples, como o simples clique em um link, ao mais complexo, como o envio de comentários, a participação em fóruns associados a notícias etc. (SALAVERRIA, 2005 apud CANAVILHAS, 2007a, p. 5) (tradução livre)

BARDOEL & DEUZE (2001)¹¹ adicionam ainda uma quarta característica ao webjornalismo: a personalização de conteúdos, ou seja, a capacidade de dividir o conteúdo em zonas de interesse do usuário. Embora possa parecer parte da interatividade, a personalização é diferente, pois prescinde de uma intenção inequívoca do usuário.

Nas mídias tradicionais também se pode ver a personalização de conteúdos: na TV e no rádio, a personalização é praticada através da grade de programação, com programas diferentes em cada horário; no jornalismo impresso, revistas segmentadas e cadernos especiais são elaborados para um determinado grupo com interesses específicos. Nas mídias tradicionais, a personalização é pensada para públicos-alvo. Já na internet, ela é pensada para

¹⁰ CANAVILHAS, 2007, p. 51.

¹¹ Apud CANAVILHAS, 2007, p. 52.

indivíduos. A personalização abre a possibilidade de transformar os meios de comunicação de massa em mídia de massa individual¹².

PALACIOS (2003)¹³ soma às quatro características acima mais duas: a memória e a atualização contínua. O primeiro termo significa “a capacidade de acumular informação em um repositório em constante crescimento e permanentemente disponível para os usuários” (op. cit., tradução livre). O segundo termo refere-se à “capacidade de incorporar novas informações à notícia de imediato e sem uma periodicidade determinada” (op. cit., tradução livre).

Esse repositório em constante crescimento apontado por Palacios são os bancos de dados, que podem armazenar diversos tipos de informação e criar índices para a rápida recuperação dos dados, quando solicitados. O uso de banco de dados afeta a forma de produção e recepção das notícias.

Para o Webjornalismo, as bases de dados são definidoras da estrutura e da organização das informações, bem como da sua apresentação. A forma da notícia, os modos para sua classificação interna e externa, assim como a sua atualização, níveis de articulação com o conteúdo inserido numa (*sic*) BD e posterior recuperação vão requerer outro tratamento, conformado a partir das noções de: resolução semântica, metadados, relato imersivo ou narrativa multimídia, e jornalismo participativo. Por isso, as definições de depósito integrado de dados, coleção de documentos, repositório de informações para consulta e recuperação já não bastam quando se está trabalhando com a idéia de BDs como forma cultural e, mais especificamente, com a concepção de formato. (BARBOSA, 2005, p. 4-5)

Inês AMARAL aponta ainda a possibilidade de troca de informações entre o jornalista e o usuário, e entre os próprios usuários, como um elemento que contribui para a construção de significados no jornalismo *online*:

O incentivo de fluxos bidireccionais, isto é, a troca de informação entre o utilizador e o jornalista e entre os próprios utilizadores pode também ser desenvolvido com os novos media. A criação de processos de interactividade num meio de comunicação digital articula-se através de ferramentas como o correio electrónico, listas de discussão, fóruns, chats, inquéritos, comentários aos artigos. Estes instrumentos têm um papel importante na construção de uma interacção mútua e personalização, substituindo a tradicional interactividade reactiva, praticamente mecânica e intuitiva. (AMARAL, s/d, p. 137)

Outro fator que influencia a construção das notícias na web é o jornalismo colaborativo, que ganhou força em 2000 com o lançamento do noticiário sul-coreano

¹² JENKINS apud PELLANDA, 2007, p. 3.

¹³ Apud CANAVILHAS, 2007, p. 53.

OhMyNews, cujo objetivo era permitir à população, sem formação em jornalismo, produzir e divulgar notícias.

A participação do leitor nos veículos de comunicação nunca foi novidade. Mas a interferência do público sempre foi limitada pelo espaço e pelos ‘filtros’ editoriais. Com a convergência de mídias, promovida pelas constantes revoluções tecnológicas, um aparelho de celular com acesso à Internet pode abrigar várias formas de captação de conteúdo.

É nesse contexto que nasce o ‘jornalismo cidadão’. O termo sugere a produção de conteúdo jornalístico sobre cidadania. Mas não tem nada a ver com isso. Chamado também de colaborativo, o ‘jornalismo cidadão’ é feito pelos leitores, sobre qualquer assunto. E o conteúdo é produzido principalmente para ser veiculado na Internet. (ALCANTARA, 2007, p. 32-33)

Não existe um modelo para a prática do jornalismo colaborativo, o que confere total liberdade editorial aos leitores. As produções por eles submetidas depois serão analisadas e checadas por jornalistas profissionais antes da publicação, sendo este o único consenso no que diz respeito a essa modalidade jornalística. Isso garante a confiabilidade e a ética das publicações.

Alvo de acusações de uma provável “censura”, a triagem de editores profissionais sobre o material submetido pelo público se torna necessária à medida em que tais espaços se propõem “jornalísticos”. Para tanto, o compromisso com a realidade ainda se sustenta. Realidade esta que se torna mais viável após processos de checagem de fatos, eventual correção de dados e adequação a uma linguagem de fácil compreensão. Este é o trabalho desenvolvido por jornalistas profissionais em processos colaborativos e que distinguem o conteúdo publicado nestes ambientes do material levado a público em plataformas abertas como YouTube, Wikipedia, Flickr e grande parte da blogosfera. É aí que se diferencia jornalismo colaborativo de conteúdo colaborativo. (BRAMBILLA, 2009, p. 43)

O desenvolvimento da linguagem jornalística na internet tem ocorrido paulatinamente, à medida que os meios *online* unem novos e velhos conceitos, respondem à fusão de infraestruturas sociais e materiais preexistentes com novas tecnologias, desenvolvidas de acordo com tendências socioeconômicas mais abrangentes¹⁴.

¹⁴ EDO, 2009, p. 2.

6. DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO *ONLINE*

6.1. INÍCIO DO JORNALISMO *ONLINE*

O início do jornalismo *online*, no final do século XX, constituiu-se por uma simples transposição dos conteúdos e formatos já existentes para o ambiente digital. Problemas técnicos, como baixa velocidade de conexão e interfaces textuais¹⁵, inibiram a exploração da internet como nova plataforma de distribuição de conteúdos por parte de emissoras de TV e rádio¹⁶.

Os pioneiros na internet foram os jornais diários. A página inicial de seus sites era semelhante a sua versão impressa. Nas páginas internas, o conteúdo era apresentado reproduzindo as mesmas editoriais da edição em papel¹⁷ e por vezes, apenas parte do conteúdo da versão impressa era disponibilizado na rede¹⁸.

Quando emissoras de rádio e televisão aderiram ao novo meio, o modelo de organização e apresentação das informações dos sites de jornais diários acabou sendo seguido, mais ou menos sem alterações¹⁹. Com o surgimento da internet, houve uma rápida migração dos *mass media* existentes para a *web*, mas sem que se tenha verificado qualquer alteração na linguagem²⁰, mesmo à medida em que os problemas iniciais de conexão foram sendo resolvidos²¹.

Em vez de ver a *web* como um novo meio, com características próprias, as empresas tradicionais a encararam como uma nova ferramenta para distribuir conteúdos, originalmente produzidos em outros formatos. Na melhor das hipóteses, via-se a presença na Internet como uma extensão ou um complemento do produto tradicional. Assim, esta primeira década do jornalismo digital foi caracterizada por este pecado original: a simples transferência do conteúdo de um meio tradicional para outro novo, com pouca ou nenhuma adaptação. Nos Estados Unidos, este processo ficou conhecido como *shovelware*, um termo que acabou sendo pejorativo, por demonstrar a preguiça e a falta de visão das empresas que se lançavam muito timidamente à *web*. (ALVES, 2006, p. 94)

A falta de criatividade e inovação na exploração do novo meio pode ser explicada pelo medo de que os leitores trocassem o veículo tradicional pelo computador. Soma-se a isso,

¹⁵ CANAVILHAS, 1999, p. 1.

¹⁶ ALVES, 2006, p. 97.

¹⁷ ALVES, 2006, p. 93.

¹⁸ SILVA JR. apud DALMONTE, 2005, p. 5.

¹⁹ ALVES, 2006, p. 93-94.

²⁰ CANAVILHAS, 1999, p. 1.

²¹ ALVES, 2006, p. 94.

ainda, a busca de lucros imediatos. Como explica ALVES (2006, p. 64), havia também certa preguiça das empresas tradicionais em construir narrativas aproveitando o hipertexto e a multimídia, ficando, ao contrário, limitadas a uma linguagem mais simples, baseada principalmente no texto e no reaproveitamento de conteúdos já usados em seu meio natural.

O que aconteceu com a internet na década de 1990 se assemelha à descrição que FIDLER²² faz do surgimento de um novo meio de comunicação. Ele aponta que há, inicialmente, uma espécie de terremoto midiático, durante o qual os meios tradicionais passam por transformações para se adaptar à nova realidade. O novo meio, que no começo apenas reproduzia conteúdos e características dos meios tradicionais, depois do terremoto encontra sua própria linguagem.

Apesar das semelhanças com a descrição de Fidler, o surgimento da Internet pode ocasionar mudanças ainda mais profundas porque ela apresenta características nunca antes encontradas em outro meio de comunicação. A internet reúne em si televisão, rádio, texto e fotografia. Ela permite a acumulação e recuperação de conteúdos, rompe a barreira do tempo e do espaço. Além disso, a internet permite um grau de interação como jamais visto²³.

6.2. FASES DE DESENVOLVIMENTO DO JORNALISMO *ONLINE*

Autores²⁴ como Pavlik, Silva Jr. e Palacios dividem o desenvolvimento do jornalismo *online* em três fases. Essa classificação não é bem delimitada no tempo e as categorias indicadas não são excludentes entre si. Ou seja, na mesma época, é possível encontrar publicações jornalísticas para *web* que se enquadram em diferentes gerações, ou encontrar em uma mesma publicação características que remetem a gerações diferentes. Isso pode ser explicado porque não há ainda um modelo consolidado de linguagem jornalística na internet:

Na realidade, o que ocorre é que a evolução do jornalismo na Web não se faz de forma homogênea e nem sequer se pode dizer que haja modelos estáveis que possam ajudar as empresas jornalísticas. Se em outros meios de comunicação a evolução dependia de desenvolvimentos técnicos, no caso da Web não se tem encontrado ainda um ponto de equilíbrio que satisfaça todas as partes envolvidas: usuários, grupos de comunicação e mercado publicitário. Por isso é possível encontrar meios de comunicação que estão em diferentes fases de desenvolvimento do jornalismo na Web em países com condições econômicas e sociais idênticas. (CANAVILHAS, 2007a, p. 16) (tradução livre)

²² FIDLER, R. **Mediamorphosis**. Thousand Oaks. Ca: Understanding New Media Pine Forge Press, 1997. Apud ALVES, 2006, p. 94.

²³ ALVES, 2006, p. 94.

²⁴ Apud MIELNICZUK, 2003, p. 6.

O autor John PAVLIK²⁵ identifica três fases no desenvolvimento do jornalismo *online* sob o ponto de vista da produção de conteúdos. Na primeira, há predominância do que o autor denomina “modelo mãe”: a transposição para a rede de material editorial produzido originalmente para outros meios. Na segunda fase, os jornalistas começam a criar conteúdos originais para a *web*, utilizando hiperlinks para outros sites; alguns recursos de interatividade, como sistemas de busca; algum conteúdo multimídia, como fotos, áudio e vídeo; e algumas ferramentas de customização do site ou conteúdo.

Ainda na segunda fase do jornalismo *online* se percebe com mais clareza que quem dita as regras não é mais o emissor, e sim o receptor. Rosental Calmon ALVES²⁶ define a nova forma de comunicação como eu-cêntrica, porque está baseada nas escolhas que o receptor faz. É o receptor que decide o que quer, quando e onde quer, e em qual formato. Na internet, o jornalismo se transforma num fluxo contínuo de informações, organizadas e arquivadas em bancos de dados, e que podem ser recuperadas a qualquer tempo por usuários interessados em consumi-las²⁷.

Nessa segunda fase do jornalismo *online* surgiram novas formas de recuperar e consumir conteúdos. Uma dessas novas possibilidades é o sistema RSS (*Really Simple Syndication*), que permite a busca e seleção de notícias de diversas fontes, criando uma página pessoal sempre atualizada de acordo com critérios previamente estabelecidos, sem a necessidade de grandes conhecimentos técnicos para isso. Outra possibilidade para o usuário é o *podcast*, um arquivo de áudio ou vídeo que pode ser copiado para computadores ou aparelhos reprodutores móveis como celulares²⁸.

Em texto de 2001, PAVLIK²⁹ aponta que a terceira fase do jornalismo *online* começava a emergir, caracterizada pela produção de conteúdos noticiosos especificamente para a internet, e também pelo reconhecimento da rede como um novo meio de comunicação. Para o autor, as experiências com novas formas de *storytelling* é o aspecto mais importante desta fase. Um exemplo citado por ele são narrativas imersivas, em que o leitor pode navegar através de informação em multimídia.

²⁵ PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001. *Apud* MIELNICZUK, 2003, p. 6-7.

²⁶ 2006, p. 96-97.

²⁷ ALVES, 2006, p. 97.

²⁸ ALVES, 2006, p. 97-98.

²⁹ PAVLIK, 2001, p. 43 *apud* MIELNICZUK, 2003, p. 7.

É na terceira fase do webjornalismo que se percebe uma maior utilização de recursos de hipertexto, multimídia, interatividade, personalização e memória.

Nos produtos jornalísticos dessa etapa, é possível observar tentativas de, efetivamente, explorar e aplicar as potencialidades oferecidas pela web para fins jornalísticos. Nesse estágio, entre outras possibilidades, os produtos jornalísticos apresentam recursos em multimídia, como sons e animações, que enriquecem a narrativa jornalística; oferecem recursos de interatividade, como chats com a participação de personalidades públicas, enquetes, fóruns de discussões; disponibilizam opções para a configuração do produto de acordo com interesses pessoais de cada leitor/usuário; apresentam a utilização do hipertexto não apenas como um recurso de organização das informações da edição, mas também começam a empregá-lo na narrativa de fatos. (MIELNICZUCK apud DALMONTE, 2005, p. 6)

Suzana BARBOSA aponta a importância decisiva do desenvolvimento tecnológico para o surgimento das características da linguagem do webjornalismo em sua terceira fase. Para a autora, a terceira geração tem como base a expansão e difusão de tecnologias de comunicação, como o acesso à banda larga, a utilização de banco de dados, o aumento do uso de dispositivos móveis e adoção de sistemas que permitem a participação do usuário.

Um dos aspectos chaves desse estágio, segundo a nossa abordagem, é o emprego de bases de dados que, aliada à tecnologia internet e ao desenvolvimento de linguagens dinâmicas como a XML (eXtensible Markup Language), permite a estruturação das informações de modo combinatório, apresentando-as de forma mais flexível e conforme os requerimentos do usuário ou dos vínculos ativados por ele na navegação. Com isso, um produto jornalístico digital pode tornar-se uma experiência mais autêntica e envolvente para o usuário. (BARBOSA, 2005, p. 2-3)

Sob o ponto de vista das interfaces, como mediadoras do conteúdo jornalístico na Internet, SILVA JR.³⁰ aponta três estágios de desenvolvimento dos sites de jornais. O primeiro nível é o *transpositivo*, em que a formatação e organização do conteúdo eram cópias da edição impressa. Era essa a apresentação dos primeiros jornais *online*. O segundo é o *perceptivo*, em que ocorre maior uso de recursos tecnológicos. Entretanto, a transposição de conteúdos é mantida porque os jornais reorganizam suas rotinas internas de produção de conteúdo, potencializando-as e gerando reaproveitamento dos textos produzidos para o impresso. O terceiro nível de desenvolvimento dos sites jornalísticos é o *hipermidiático*, em que há o uso mais intenso de recursos de hipertexto, convergência de mídias e a disseminação do mesmo produto em várias plataformas e/ou serviços informativos.

A ideia do jornalismo digital como um mero complemento dos jornais impressos, predominante nos anos 1990, caiu por terra na década seguinte. Já no início do novo século

³⁰ SILVA JR, 2002 apud MIELNICZUK, 2003, p. 7.

havia sinais de queda na circulação dos jornais diários. A popularização da internet, no entanto, não foi sua causa, mas sim o agravante de uma situação já existente. A crise dos meios de comunicação tradicionais deve-se, em grande parte, à falta de interesse dos jovens³¹.

³¹ ALVES, 2006, p. 94-96.

7. O ATUAL JORNALISMO *ONLINE*

Para João CANAVILHAS³², o leitor, antes acostumado a uma leitura linear, também enfrenta mudanças na forma de consumir notícias na *web*. Diante disso, o jornalista deve encontrar a melhor forma de levar o leitor a quebrar as regras de recepção ditadas pelos meios tradicionais. Os novos profissionais do jornalismo deverão ter a capacidade de trabalhar com todos os meios, selecionando e interpretando informações, e usando a criatividade para dispô-las de forma agradável³³.

A utilização integrada de recursos multimídia faz parte de uma nova narrativa jornalística adaptada à internet. Para CANAVILHAS³⁴, a interatividade, o texto e o hipertexto, a leitura não linear, o som e o vídeo são algumas características dessa nova linguagem. Não basta, entretanto, simplesmente juntar à notícia diversos recursos multimídia porque isso pode criar redundância ou ruído³⁵.

Interatividade

Numa sociedade cada vez mais crítica e com acesso a várias fontes de informação, a possibilidade de interação direta e imediata com o produtor de notícias se transforma em um grande trunfo do webjornalismo. Isso porque, na internet, a notícia não deve ser vista como um fim em si mesma. Ela é o ponto de partida para uma discussão com os leitores³⁶ e entre os leitores.

ALVES³⁷, citando Dan GILLMOR, autor do livro *We The Media*, afirma que o jornalismo deixou de ser uma aula e passou a ser uma conversação. A conclusão de Gillmor é de que os leitores, juntos, sabem mais do que o jornalista, não importa o assunto.

Shyam SUNDAR³⁸, um dos responsáveis por uma pesquisa realizada pelo *Media Effects Research Laboratory*, concluiu que os leitores associam um grande número de visitas

³² CANAVILHAS, 1999, p. 2.

³³ PÉREZ, Arturo Merayo. **Periodistas para el siglo de la información**: claves para formar los nuevos comunicadores. Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (*Online*), 2000. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt> [Acesso em 10/10/2001]. *Apud* AROSO, *online*.

³⁴ CANAVILHAS, 1999, p. 2-5.

³⁵ CANAVILHAS, 1999, p. 5.

³⁶ CANAVILHAS, 1999, p. 2-3.

³⁷ 2006, p. 100.

³⁸ SUNDAR, S. S. e NASS, C. **Source Effects in Users' Perception of Online News**. Media Effects Research Laboratory, in: <www.psu.edu/dept/medialab>. *Apud* CANAVILHAS, 1999.

a uma notícia importante. Neste estudo, os participantes creditaram maior confiabilidade/credibilidade a notícias indicadas por outros participantes³⁹.

Concluiu-se também, através da pesquisa, que os leitores consideram que recursos de interatividade e elementos adicionais, como vídeo, som, fóruns etc., melhoram a percepção do conteúdo, mesmo que esses elementos não sejam muito utilizados⁴⁰.

Texto, hipertexto e leitura não linear

O hipertexto não é uma terminologia recente⁴¹. Foi criada em 1960 por Theodor H. Nelson, e identifica uma modalidade textual nova, a eletrônica. O autor explica que:

(...) com ‘hipertexto’, refiro-me a uma escrita não seqüencial, a um texto que se bifurca, que permite que o leitor eleja e leia melhor numa tela interativa. De acordo com a noção popular, trata-se de uma série de blocos de textos conectados entre si por nexos, que formam diferentes itinerários para o usuário. (LANDOW apud DALMONTE, 2005, p. 7)

A liberdade proporcionada pelo hipertexto de acesso não linear aos conteúdos tem alterado as preferências do leitor. Um estudo realizado pelo *Media Effects Research Laboratory* revela que os usuários da Internet preferem navegar livremente entre textos separados em blocos do que um texto único escrito de acordo com as regras da pirâmide invertida. Essa técnica, que é a base do jornalismo escrito, perde sentido no webjornalismo.

(...) alguns dos pressupostos que levaram os jornalistas a adoptar técnica de redacção deixam de fazer sentido devido às características da web. Desde logo porque o espaço disponível num webjornal deixa de ser finito, anulando a necessidade de escrever condicionado pela possibilidade do editor poder efectuar cortes no texto para o encaixar num determinado espaço. (CANAVILHAS, 2006, p. 1)

A pirâmide invertida na internet perde sua razão de ser no que diz respeito a uma limitação de espaço para publicação, que na rede mundial é praticamente ilimitado; mas o *lead* com as principais informações da notícia continua sendo importante devido ao fato de que poucos usuários rolam o texto na tela do computador⁴², ficando limitados à leitura da

³⁹ SUNDAR & NASS, 1992, *apud* CANAVILHAS, 1999, p. 3.

⁴⁰ CANAVILHAS, 1999, p. 3.

⁴¹ LANDOW apud DALMONTE, 2005, p. 7.

⁴² NIELSEN apud JORGE, 2006, p. 13.

parte de cima das matérias. Somente os mais interessados usam a rolagem para ir até o final do texto.

De acordo com Thais de Mendonça JORGE⁴³, o modelo de pirâmide invertida aplicado ao jornalismo na Internet mantém o princípio de leitura não linear do hipertexto. Embora aparentemente encadeada, uma vez que as informações mais relevantes da notícia estão já no primeiro parágrafo, o leitor tem a liberdade para escolher uma próxima leitura ou o aprofundamento da leitura atual, conforme seu interesse.

Apesar de sua eficiência e de ser o modelo mais comumente utilizado, há autores que discordam da utilização da pirâmide invertida de forma generalizada. Ramon Salaverría⁴⁴ é um deles. O autor reconhece a importância desse modelo nas notícias de última hora, mas o considera “uma técnica limitadora quando se fala de outros gêneros jornalísticos que podem tirar partido das potencialidades do hipertexto”. A nova proposta de arquitetura sugere uma construção textual em níveis de informação, lançando mão de recursos estilísticos e aproveitando os recursos multimídia, o que permite variar a construção do webjornalismo a cada nova notícia.

João CANAVILHAS propõe o modelo da pirâmide deitada, composto por quatro níveis de leitura:

A Unidade Base – o lead – responderá ao essencial: O quê, Quando, Quem e Onde. Este texto inicial pode ser uma notícia de última hora que, dependendo dos desenvolvimentos, pode evoluir ou não para um formato mais elaborado.

O Nível de Explicação responde ao Por Quê e ao Como, completando a informação essencial sobre o acontecimento. No Nível de Contextualização é oferecida mais informação – em formato textual, vídeo, som ou infografia animada – sobre cada um dos W’s.

O Nível de Exploração, o último, liga a notícia ao arquivo da publicação ou a arquivos externos. “Da mesma forma que a ‘quebra dos limites físicos’ na web possibilita a utilização de um espaço praticamente ilimitado para disponibilização de material noticioso, sob os mais variados formatos (multi)mediáticos, abre-se a possibilidade de disponibilização online de todas a informação anteriormente produzida e armazenada, através de arquivos digitais, com sistemas sofisticados de indexação e recuperação de informação” (Palácios, 2003, 25) (CANAVILHAS, 2006, p. 41-42)

Para CANAVILHAS⁴⁵, deve-se utilizar um conjunto de pequenos textos, sendo que o primeiro introduz o essencial da notícia, e os demais ficam disponíveis por hiperligação. É

⁴³ 2006, p. 13.

⁴⁴ Apud CANAVILHAS, 2006, p. 7.

⁴⁵ 1999, p. 3.

recomendável também que os links abram em novas janelas para manter o usuário conectado ao site do jornal⁴⁶.

A leitura por varrimento visual é outro comportamento comum do usuário na Internet. Uma pesquisa realizada por Jacob NIELSEN e John MORKES⁴⁷ apurou que 79% das pessoas não lêem as notícias palavra por palavra, mas fazem uma varredura visual em busca de certas palavras ou frases. A partir disso, os pesquisadores sugeriram aos webjornalistas a utilização do “texto esquadrinhável”, construído destacando-se palavras-chave através de *links* ou cores, utilizando-se subtítulos, exprimindo uma ideia por parágrafo, sendo conciso e usando listas sempre que possível.

Multimídia

A disposição de diversos recursos multimídia na tela do computador dá a impressão de que a leitura da notícia é obrigatoriamente não linear. Mas mentalmente, o usuário faz uma associação entre os diversos componentes, e a partir daí elabora um discurso. Dessa forma, a utilização de um complemento para a notícia pode ser acessado sem que isso quebre a percepção que o usuário tem do conteúdo informativo como um todo⁴⁸.

Som

O rádio conjuga um poderoso estímulo para o ser humano, que é a música, a harmonia e o ritmo, com uma descrição da realidade construída através de ruídos e da palavra falada⁴⁹. O webjornalismo pode inspirar-se no jornalismo radiofônico para construir notícias que, além de citar, incorporam o som do citado, conferindo mais objetividade ao jornalismo⁵⁰.

Esse recurso pode ser utilizado, por exemplo, quando se deseja mostrar o estado emocional do entrevistado, o que seria difícil descrever em palavras. O áudio pode ser incorporado à webnotícia como elemento interpretante⁵¹.

⁴⁶ CANAVILHAS, 1999, p. 6.

⁴⁷ NIELSEN, Jacob; MORKES, John. **How users read on the web**, 1997. In: <www.zdnet.com/devhead/alertbox/9710a.html>. Apud CANAVILHAS, 1999, p. 3.

⁴⁸ CANAVILHAS, 1999, p. 4.

⁴⁹ ARNHEIM, Rudolf. **Estética Radiofônica**. Gustavo Gili, Barcelona, 1980, p. 16 *apud* CANAVILHAS, 1999, p. 4.

⁵⁰ CANAVILHAS, 1999, p. 4.

⁵¹ CANAVILHAS, 1999, p. 6.

Outra possível utilização do recurso de áudio é de que a notícia “lida” possa ser disponibilizada em uma seção do jornal voltada a deficientes visuais⁵².

Vídeo e animações

Para CANAVILHAS⁵³, um vídeo da notícia, com imagens produzidas no local do acontecimento, enriquece o produto final na internet. O autor aponta, entretanto, que há diferenças entre o papel do vídeo no jornal televisivo e no webjornal.

Na televisão, o significado do texto falado é igual ao das imagens⁵⁴. Em geral, as imagens podem ser compreendidas sem a necessidade de uma legenda ou texto escrito contextualizador. O texto narrado funciona como complemento informativo das imagens⁵⁵. Já no webjornal, o vídeo tem um caráter legitimador da informação contida no texto⁵⁶.

A imagem televisiva é excelente para transmitir emoções, como afetividade, violência, sentimentos ou sensações⁵⁷. Por conta de questões técnicas, essa característica se perde no vídeo de internet. Pouca largura de banda reduz as dimensões dos vídeos na internet, o que faz com que a emoção se perca. O caráter legitimador da informação, entretanto, é preservado⁵⁸.

Para acompanhar as matérias jornalísticas, o mais apropriado são declarações de pessoas comuns ou de especialistas sobre o assunto em questão. O uso do vídeo é necessário em situações difíceis de descrever ou que exijam muito texto. A incorporação de vídeos à notícia é altamente recomendada em notícias sobre esportes⁵⁹.

Em situações como catástrofes, acidentes ou ações criminosas, em que não há o registro em vídeo do fato, é possível simular virtualmente as situações utilizando recursos de animação em Flash e 3D⁶⁰.

Recursos de Flash e gráficos são indicados para notícias com grande quantidade de informação relacionadas a questões técnicas, como, por exemplo, notícias da área econômica⁶¹.

⁵² CANAVILHAS, 1999, p. 6.

⁵³ 1999, p. 5.

⁵⁴ CANAVILHAS, 1999, p. 5.

⁵⁵ VILCHES, Lorenzo. **La lectura de la imagen**. Prensa, cine, televisión. Barcelona: Paidós, 1984, p. 175. Apud CANAVILHAS, 1999, p. 5.

⁵⁶ CANAVILHAS, 1999, p. 5.

⁵⁷ JESPER, Jean-Jacques. **Jornalismo Televisivo**. Coimbra: Minerva, 1998, p. 72. Apud CANAVILHAS, 1999, p. 5.

⁵⁸ CANAVILHAS, 1999, p. 5.

⁵⁹ CANAVILHAS, 1999, p. 6.

⁶⁰ CANAVILHAS, 1999, p. 6.

⁶¹ CANAVILHAS, 1999, p. 6.

8. O SITE “PINHA PINHÃO”

O site “Pinha Pinhão” foi construído utilizando ao máximo os recursos da linguagem do webjornalismo elencadas nesta pesquisa. A começar pela página inicial do site (Anexo A), que dispõe de alguns recursos de interatividade, como o fórum (Anexo H), cujo link está disponível na barra superior do site. No fórum, todos os leitores do site podem trocar informações entre eles, combinar passeios juntos, tirar dúvidas etc.

Na página inicial também é oferecido o serviço de *newsletter*, para que o leitor fique sempre atualizado sobre as novidades do site. Uma outra opção ao usuário é assinar o *feed* de notícias do “Pinha Pinhão”. Com essa ferramenta, o leitor, utilizando um programa de leitura de *feeds*, consegue saber se há novidades no site sem ter que visitá-lo.

O leitor também tem acesso às novidades do “Pinha Pinhão” através das redes sociais, como Facebook⁶², Orkut⁶³ e Twitter⁶⁴.

O site conta também com um sistema de busca interna (Anexo I) para facilitar a recuperação de conteúdos. A ferramenta de busca se insere na característica de memória do webjornalismo. As notícias, bem como atualizações nas reportagens que se façam necessárias no futuro, podem ser consideradas dentro do critério de atualização contínua apontado como característica da linguagem do webjornalismo.

Nas reportagens, são explorados os recursos de hipertextualidade, multimidialidade e interatividade. Um exemplo é a reportagem “Paisagem que diz tudo” (Anexo G). Além do texto, em que se usam negritos para torna-lo escaneável para os leitores mais apressados, a matéria conta também com links internos, apontando para uma entrevista, e um link externo, apontando para o Google Earth.

Como multimídia, a matéria traz uma foto no topo, antes do texto, a qual dispõe de botões de navegação. Ao ser clicado o botão da direita ou da esquerda, a foto começa a se mover, revelando uma imagem panorâmica do lugar retratado na reportagem.

Há também uma seleção de fotos que podem ser expandidas em tamanho maior pelo usuário, com botões de navegação. O próprio Google Earth é incorporado na criação de

⁶² Link para o perfil: <<http://www.facebook.com/pages/Pinha-Pinh%C3%A3o/171053149614491>>.

⁶³ Link para o perfil: <<http://www.orkut.com.br/Main#Profile?uid=3411835495899253254>>.

⁶⁴ Link para o perfil: <<http://twitter.com/pinhapinhao>>.

significados durante a reportagem ao permitir ao leitor visualizar sob vários ângulos uma imagem de satélite do Morro do Canal e Represa do Cayuguava.

Há ainda um texto apontando para uma entrevista realizada com o secretário municipal de meio ambiente, agricultura e turismo de Piraquara. Esse texto, ao ser clicado, expande-se e abre uma janela modal com o conteúdo da entrevista na íntegra, sem que o visitante precise sair da página da reportagem.

Por último, a reportagem dispõe de uma ferramenta de *checklist*, na qual o usuário que pretende realizar o mesmo passeio proposto na reportagem pode clicar sobre os itens elencados para certificar-se de que não está esquecendo de nada daquilo que é apontado no site como essencial para se realizar o passeio.

REFERÊNCIAS

ALCANTARA, Alex Sander. Nós, a mídia! Eu narro, você fotografa, ele edita. **Revista Imprensa**, n. 222, abr. 2007.

ALVES, Rosental Calmon. Jornalismo Digital: dez anos de web... e a revolução continua. In: **Comunicação e sociedade**. Vol. 9-10. 2006. Disponível em: <[http:// revcom.portcom.intercom.org.br/index.php?cs_um/article/viewFile/4751/4465](http://revcom.portcom.intercom.org.br/index.php?cs_um/article/viewFile/4751/4465)>. Acesso em: 9 out. 2010.

AMARAL, Inês Albuquerque. **A interactividade na esfera do Ciberjornalismo**. Livro de Atas – 4º SOPCOM, s/d.

AROSO, Inês Mendes Moreira. **A Internet e o novo papel do jornalista**. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/aroso-ines-internet-jornalista.html>. Acesso em: 01 nov. 2010.

BRAMBILLA, Ana. Jornalismo Colaborativo. In: SPYER, Juliano. **Para entender a Internet**: noções, práticas e desafios da comunicação em rede. 2009.

BARBOSA, Suzana. **Bases de dados e webjornalismo**: em busca de novos conceitos. 4º Congresso da Sopcom. Universidade de Aveiro, 2005. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-bases-de-dados-webjornalismo.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2011.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: considerações gerais sobre jornalismo na web. Portugal, Universidade da Beira Interior, 1999. Apresentado no I Congresso Ibérico de Comunicação: 1999. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>. Acesso em: 01 nov. 2010.

_____. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Universidade da Beira Interior: Portugal, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2011.

_____. **Webnoticia**: proposta de modelo periodístico para la WWW. Série Estudos em Comunicação. LabCom – Universidade da Beira Interior: Covilhã, 2007a. Disponível em:

<http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110823-canavilhas_webnoticia_final.pdf>. Acesso em: 13 nov. 2011.

DALMONTE, Edson Fernando. **O hipertexto enquanto modalidade discursiva no webjornalismo**: entre promessa e limitações. Facom/UFBA/FSBA. I Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – Rio de Janeiro, 5 a 9 de setembro de 2005.


EDO, Concha. **La noticia en internet**: cibermedios, blogs y entornos comunicativos emergentes. Estudios de Periodística XV. SEP. Madri, 2009. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/edo-concha-internet-como-soporte-informativo.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2011.


JORGE, Thais de Mendonça. **Pirâmide e hipernotícia**: elementos para uma discussão sobre o texto no jornalismo digital. Trabalho apresentado ao 5º Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Porto Alegre, 2006.

MIELNICZUK, Luciana. **Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web** (2003). Disponível em: <www.ufrgs.br/gtjornalismocompos/estudos2003.htm>. Acesso em: 15 nov. 2010.


PELLANDA, Eduardo Campos. Mobilidade e personalização como agentes centrais no acesso individual das mídias digitais. **Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação**, ago. 2007.

ANEXO A – PÁGINA INICIAL DO SITE





[home](#)
[turismo rural](#)
[turismo de aventura](#)
[ecoturismo](#)
[turismo cultural](#)
[guia comercial](#)
[agenda](#)
[fórum](#)






Paisagem que diz tudo





Do alto do Morro do Canal, em Piraquara, dá para ver a deslumbrante paisagem das águas que vão abastecer as torneiras de Curitiba e região

Cidades


Almirante Tamandaré	Mandirituba
Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Campo Magro	Quatro Barras
Colombo	São José dos Pinhais
Fazenda Rio Grande	Outras cidades

 Curtir
  Renata Portela, Carla Nicolotti e 90 outros curtim isso.




Depoimentos



Ben Tavenier

Escalando o Caratua na Mata Atlântica brasileira


Informe-se



Newsletter

Cadastre-se e receba as novidades do Pinha Pinhão

Participe



Fórum

Participe do fórum de discussão do Pinha Pinhão

[ver todos os depoimentos](#)

Agenda

Campo Magro	11.12 Aniversário do Município e Festa da Padroeira Nossa Senhora Imaculada Conceição
Quatro Barras	11.12 III Caminhadas na Natureza - Circuito Caminho dos Jesuítas
Mandirituba	08.12 a 11.12 Rodeio Country de Mandirituba
Araucária	02.12 a 04.12 XXVIII Festa do Pêssego
Fazenda Rio Grande	01.12 II Caminhadas na Natureza

[ver agenda completa](#)

Notícias

19.09	- Curtigrinos convidam para almoço beneficente em Bateias
26.08	- Araucária lança "Ônibus de Lazer" neste domingo
19.08	- "Território" realiza palestra sobre o Caminho de Santiago
09.08	- Abertas as inscrições para o SanjoMusic 2011
08.08	- Quatro Barras abre inscrições para Concurso de Receitas de Tilápia
08.08	- Estão abertas as inscrições para a II Mostra de Corais de Pinhais

[ver todas](#)

Pinha Pinhão

[O site](#) •
 [Fale Conosco](#) •
 [Fórum](#)

ANEXO B – PÁGINA PRINCIPAL POR EDITORIA





[home](#)
[turismo rural](#)
[turismo de aventura](#)
[ecoturismo](#)
[turismo cultural](#)
[guia comercial](#)
[agenda](#)
[fórum](#)



Foto: Renata Portela

Cidades

Almirante Tamandaré	Mandirituba
Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Campo Magro	Quatro Barras
Colombo	São José dos Pinhais
Fazenda Rio Grande	Outras cidades

✓ Curtir

Renata Portela, Maria Leticia Portela e 90 outros curtiram isso.








Quatro Barras

No meio do mato, em um passado distante

Essa é a sensação quando se está no Caminho do Itupava, uma trilha que corta a Mata Atlântica para ligar Quatro Barras a Porto de Cima, e que conta um capítulo importante da história do Paraná. **Lêa mais**

Agenda

11.12 - III Caminhadas na Natureza - Circuito Caminho dos Jesuítas

01.12 - II Caminhadas na Natureza

Noticias

19.09 - Curitiba convida para almoço beneficente em Bateias

[ver todas as notícias](#)

Pinha Pinhão

[O site](#)
[Fale Conosco](#)
[Fórum](#)

ANEXO C – PÁGINA PRINCIPAL POR CIDADE





[home](#)
[turismo rural](#)
[turismo de aventura](#)
[ecoturismo](#)
[turismo cultural](#)
[guia comercial](#)
[agenda](#)
[fórum](#)

Araucária

[materiais](#)
[atrativos turísticos](#)
[guia comercial](#)
[a cidade](#)



Foto: Renata Portela

Turismo Rural

A Polônia é logo ali

A linha de turismo rural Caminhos de Guajuvira, em Araucária, leva o visitante a conhecer um pouco da cultura polonesa, preservada pelos descendentes, moradores da região. [Leia mais](#)

Cidades

Almirante Tamandaré	Mandirituba
Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Campo Magro	Quatro Barras
Colombo	São José dos Pinhais
Fazenda Rio Grande	Outras cidades

✓ Curtir  Renata Portela, Roberta Portela e 90 outros curtiram isso.








Acontece em Araucária

02.12 a 04.12 - XXVIII Festa do Pêssego

Notícias

26.08 - Araucária lança "Ônibus de Lazer" neste domingo


14.06 - Araucária pode ganhar parque estadual com pinheiros centenários

[ver todas as notícias](#)

Pinha Pinhão

[O site](#)
[Fale Conosco](#)
[Fórum](#)

ANEXO D – ATRATIVOS TURÍSTICOS



[home](#)
[turismo rural](#)
[turismo de aventura](#)
[ecoturismo](#)
[turismo cultural](#)
[guia comercial](#)
[agenda](#)
[fórum](#)

Campo Magro

[matérias](#)
[atrativos turísticos](#)
[guia comercial](#)
[a cidade](#)

Atrativos naturais

Morros e montanhas

Morro da Palha

Com 1190 metros é o morro mais alto da região da Conceição dos Cordeiros. Também utilizado para saltar de "paraglider" (vôo livre) e com eles uma atração especial e colorida para os dias de sol. O Morro proporciona uma visão panorâmica do município e da região.

Fonte: Prefeitura municipal




Foto: Prefeitura municipal

[⌕ Voltar ao topo](#)

Trilhas

Trilha do Ouro

No século XVI, um Português chamado Gaspar Correia, estabeleceu, no interior do município, a extração do ouro, no rio Conceição. O Português, utilizando mão de obra escrava, negra e indígena, fez com que os mesmos mudassem o curso do rio para facilitar a retirada do ouro, e com o auxílio de peles de camelos, extraíram o fino ouro do rio. Dessa forma nasceu a Trilha do Ouro mais um atrativo histórico natural do município. Constitui-se de uma trilha que acompanha o curso do rio Conceição e apresenta diversos vestígios da história do ouro em Campo Magro como o muro de pedras que divide o curso do rio.

Fonte: Prefeitura municipal




Foto: Prefeitura municipal

[⌕ Voltar ao topo](#)

Cachoeiras

Cachoeiras Gêmeas

Dois Oqueses D'água lado a lado com águas cristalinas formando uma paisagem delicada rodeada de "beijinhos" (planta abundante no local), possui trilha de fácil acesso exceto em dias de chuva. Não conta com estrutura como banheiros e centro de visitantes, portanto, sua conservação depende da conduta do visitante. Possui em seu entorno e nas proximidades uma pedreira, uma gruta e, caminhando por trilhas mais estreitas, outras quedas d'água de menor porte.

Fonte: Prefeitura municipal




Foto: Prefeitura municipal

[⌕ Voltar ao topo](#)

Cascata da Professorinha

Numa das cachoeiras da região, a Cascata da Professorinha, abriga a história do seu nome numa misteriosa professora que se banhava nua na queda d'água todas as tardes despertando o desejo e a curiosidade dos colonos.

Fonte: Prefeitura municipal




Foto: Prefeitura municipal

[⌕ Voltar ao topo](#)

Cidades

Almirante Tamandaré	Mandrituba
Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Campo Magro	Quatro Barras
Colombo	São José dos Pinhais
Fazenda Rio Grande	Outras cidades

[Curtir](#)
[92 pessoas curtiram isso.](#)

[f](#)
[t](#)
[o](#)
[r](#)

Acontece em Campo Magro

11.12 - Aniversário do Município e Festa da Padroeira Nossa Senhora Imaculada Conceição

Notícias


15.06 - Chácara Água Doce, em Campo Magro, promove festa junina dia 26

[ver todas as notícias](#)

Pinha Pinhão

[O site](#)
[Fale Conosco](#)
[Fórum](#)

ANEXO E – GUIA COMERCIAL


Pesquisar

Pinho | Turismo Rural | Turismo de aventura | Atividades | Turismo cultural | Guia gastronômico | Agenda | Sobre

Você está em: [Home](#) > [Guia Comercial](#)

Guia Comercial

Cidade:

Tipo:
☒ Restaurantes e churrascarias
☐ Cafés

Cidades


Amarante	Fomenteiras
Anacardá	Pontal
Campo Largo	Pratânia
Campo Magro	Santa Bárbara
Corumbá	São José dos Pontais
Espírito São Grande	Outras cidades

[Baixe nossos aplicativos](#)

Cabana Di Bella

- Comida caseira, com várias opções de cardápio - Desfrute pela as maravilhosas paisagens - Venda de produtos artesanais - Centro de informações turísticas. » [Saiba mais](#)


Endereço: Estrada do Carmo - Campo Magro
Telefone: (31) 3673-6343 ou (31) 3673-6766 (informações tur)



Cantina da Nora

- Serve refeições salgadas, domingos à fantasia - Carne assada, costela leão, feijão, arroz branco, salmão, legumes e mais uma deliciosa variedade. » [Saiba mais](#)


Telefone: (31) 3677-9998



Chicara Santana

- Restaurante com comida caseira, salgados, domingos à fantasia. No domingo à fantasia é servida costela de chulo - Venda de queijos, doces, salames, gelados, pães etc. Aberto para eventos. » [Saiba mais](#)


Telefone: (31) 3677-6376 / 9108-4332



O Casarão Restaurante e Café Colonial

- Almoço, comida de família - Café, bolos, lanches e muito mais - Degustação de vinhos e queijos - Vistas incríveis e parque infantil. » [Saiba mais](#)


Endereço: Rua Jacaré Martins, 1307 - Campo Magro
Telefone: (31) 3272-6426 / 3673-5204 / 9124-0017



Restaurante do Pires


- Almoço de segunda à domingo - Aos domingos, fazenda à venda de carne assada, costela, pão e frango. » [Saiba mais](#)

Telefone: (31) 3677-2210



Restaurante e Pousada Recanto Nativo


- Integração com a natureza, lazer e descanso - Típicos ecológicos, madeiras nativas e



Restaurante Nova Poitica

- Preservação da cultura italiana - Comida típica aos domingos - Camisa, churros e friozinho - Cozinha especial e centro de reciclagem para tratamento de resíduos. » [Saiba mais](#)


Telefone: (31) 3645-4376 / 3661-6502



Restaurante Panorâmico Ponte

- Aos 1.507 m de altitude, com vista para Campos Gerais, Curitiba e Itaipava, o restaurante nome Panorama light serve saladas e frutos do mar aos domingos à fantasia. » [Saiba mais](#)


Endereço: Rua Otacílio, Curitiba, 2001 - Campo Magro
Telefone: (31) 3677-6015 / 3667-1201



Restaurante Pedra Chata Ecológico

- Opções de comida caseira - Jantar das quatro horas e almoço no domingo - Localização para eventos - Venda de produtos artesanais - Vista panorâmica para reservas nativa. » [Saiba mais](#)


Endereço: Rua Jacaré Martins, 1307 - Campo Magro
Telefone: (31) 3677-6136 / 3673-2409 / 3673-5119



Restaurante Rancho Talamini

- Local para eventos - Almoço de segunda à sexta-feira. » [Saiba mais](#)


Telefone: (31) 3677-6848 / 3675-1885



Restaurante Sabores do Campo

- Almoço de segunda à sábado - Aceite de primeira, carne assada. » [Saiba mais](#)


Telefone: (31) 3695-6991



Restaurante Vitória

- Almoço de segunda à sexta-feira - Buffet e churrasqueira - Comida caseira. » [Saiba mais](#)

Telefone: (31) 3677-2743



Total de resultados: 12

Pinho Pinhão

© 2016 - Pinho Pinhão - Pinho

ANEXO G – EXEMPLO DE REPORTAGEM

Pinha Pinhão

Home Turismo rural Turismo de aventura Esportes Turismo cultural Guia comércio Agenda Blog

Procurar

Você está em: Home » Turismo de aventura » Paisagem que diz tudo

Paisagem que diz tudo

Do alto do Morro do Canal, em Pinha, dá para ver a deslumbrante paisagem das águas que vão abastecer as bacias de Curitiba e região



Olhe sobre o verde escuro para Curitiba e região, e veja o verde do alto do Morro do Canal.

O que se vê do alto dos 1.270 metros do Morro do Canal, em Pinha, é uma paisagem que, além de ser muito bonita, explica muita coisa. A mais evidente é a porque da palavra "região das águas". O visitante tem disposição para entender uma **exuberante de nível médio, que dura cerca de 1000 metros acima, é recompensado com a vista para o Capangue, uma das três represas de Pinha que, juntas, são responsáveis por 50% do abastecimento de água de Curitiba e cidades vizinhas.**

De lá dá para ver ainda a **grande quantidade de mananciais e nas da região, além de um pedaço de mata nativa que se estende até além do horizonte.** Essa paisagem não vende explica porque **55% do território de Pinha é área de preservação ambiental** intocadamente, a maior riqueza do município é também seu maior patrimônio.

Para proteger o meio ambiente, **a praticamente impressionante construído industrial** lá. Oimar Zechi Cleves, secretário municipal de meio ambiente e turismo de Pinha, explica que "é um quase toda a área comprometida com a captação de água comercializada para Itaipava, e por ser uma área de mananciais de abastecimento público, não permite o desenvolvimento de atividades industriais" **(entrevista sempre aberta)**. Outros aspectos econômicos, como o **estender e serviços, não são suficientes para gerar empregos, o que transforma o município em cidade-dormitório**. Isso, por sua vez, faz com que **menos riqueza seja produzida em solo paranaense.**

O resultado desse efeito domo é uma cidade com um **índice de desenvolvimento humano bem abaixo de seus vizinhos mais industrializados**. No ano 2000, Pinha ficou na 108ª posição no ranking estadual, bem distante de Araucária, por exemplo, que ficou na 22ª colocação. Mas a bela paisagem do Morro do Canal aliada à infraestrutura que existe por lá não deixam dúvidas de que **a turismo pode ser uma alternativa para atenuar o desenvolvimento do município.**

O acesso ao Morro do Canal fica em uma propriedade particular, a **Chácara do Ivo Zechi**. Lá tem estacionamento, churrasqueiras, camping e lanchonete. A subida do morro conta com a ajuda de cordões e grampas fixados na rocha, que dão um gostinho a mais de aventura. A trilha toda é bem conservada e bem sinalizada, facilitando o acesso para os menos experientes.

Para a caminhada, é ideal ir vestindo roupas leves e um bom tênis, levar uma garrafinha de água e não esquecer o protetor solar. O **capangue de Itaipava**



Checklist

Contra os bens indispensáveis para fazer essa jornada:

- ☐ Água
- ☐ Lanche ou biscoito (se possível, leve algo de doce)
- ☐ Bateria
- ☐ Lanche de papel ou papel higiênico
- ☐ Saco de lixo
- ☐ Chuteira ou sapato
- ☐ Chuteira ou sapato e antebraço direito, braço esquerdo
- ☐ Veste-se e calceie bem
- ☐ Capa e protetor solar e protetor solar e protetor solar

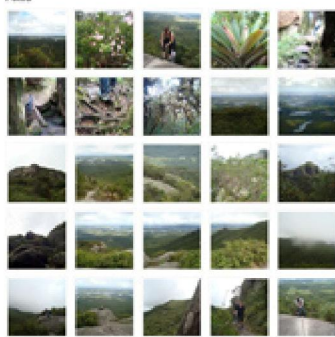
Uma "grande" vista "o contrário" do "pinha".

Sergio Henrique Lacerda, 35, acrescenta: "Para quem não está acostumado com trilhas é importante e com alguém que conheça o lugar. Sempre avise alguém para onde está indo e quando pretende voltar". Também é bom levar uma lanterna porque imprevisões podem retardar a descida. "É o que ocorre se alguém tiver um entorse no pé", exemplifica Lacerda. E no Morro do Canal isso não é difícil de acontecer.

Parte da trilha passa por grandes pedras empilhadas, que formam fendas, onde podem acontecer acidentes. Nada que subir devagar e olhando onde se põe não resolve. É vale a pena. Perto do cume dá para ver toda a exuberância de Pinha com **Curitiba e região**. Olhando para o lado, o **Morro do Vigia** parece estar ao lado. E acima, os morros das represas e logo do Morro do Canal, fazendo o visitante sentir um "pinha", sendo mais com o vento que sopra lá em cima, vindo de um jeito que só aquelas alturas mesmo é possível que.

Tudo de Pinha Pinha, incluído em 2010/2011.

Fotos



Comentários

O secretário de Meio Ambiente, Agricultura e Turismo de Pinha Gilmar Zechi Cleves explica em entrevista ao Pinha Pinhão porque não é possível implantar indústrias em Pinha e as consequências disso para o município.

Comente aqui:

Depoimentos relacionados:


Ata não há dicas ou histórias de quem já fez essa jornada.

1. **Visitar o topo:**

Pinha Pinhão

1 de 1 » Pinha Pinhão » Pinha

ANEXO H – FÓRUM











[FAQ](#)
[Registrar](#)
[Entrar](#)

Bem-vindo: 29 Nov 2011, 15:39

Índice do fórum

Ler mensagens sem resposta • Pesquisar por tópicos ativos

FÓRUM	TÓPICOS	MENSAGENS	ÚLTIMA MENSAGEM
 Bate-volta Lugares legais para ir na região da Grande Curitiba	0	0	Não há mensagens
 Pé na estrada Lugares legais para ir no Paraná ou outros estados.	0	0	Não há mensagens
 Quem tá a fim? Para combinar com a galera e ir todo mundo junto.	0	0	Não há mensagens
 Para matar a fome Bons restaurantes, lanchonetes e cafés encontrados pelo caminho.	0	0	Não há mensagens
 Para dormir Bons lugares para passar a noite.	0	0	Não há mensagens
 Comprinhas Lojas de artesanato, produtos alimentícios, móveis, flores e tudo o mais que pode ser comprado no caminho.	0	0	Não há mensagens
 Por onde começar Dicas do que levar e de como se preparar para as aventuras.	0	0	Não há mensagens
 Cafezinho Espaço livre para bater papo sobre qualquer coisa.	0	0	Não há mensagens

ENTRAR • REGISTRAR

Nome de usuário: Senha: | Lembrar minhas informações ☐


QUEM ESTÁ ONLINE

No total, há **1** usuário online :: 0 usuários registrados, nenhum invisível e 1 visitante (Esta informação é baseada em usuários ativos nos últimos 5 minutos)
 O recorde de usuários online foi de 2 em 03 Nov 2011, 21:52

Usuários registrados: Nenhum usuário registrado
 Legenda: *Administradores*, *Moderadores globais*

ESTATÍSTICAS


Total de mensagens **0** • Total de tópicos **0** • Total de membros **1** • Novo usuário: **renata**



[Índice do fórum](#)

Equipe do fórum • Excluir todos os cookies deste painel • Todos os horários são GMT - 3 horas [DST]

Desenvolvido por phpBB® Forum Software © phpBB Group

ANEXO I – BUSCA INTERNA






[home](#)
[turismo rural](#)
[turismo de aventura](#)
[ecoturismo](#)
[turismo cultural](#)
[guia comercial](#)
[agenda](#)
[fórum](#)

Você está em: [Home](#) » [Busca Rápida](#)

Resultados da Busca

Palavra(s)-chave: **paisagem**

Matérias







Turismo de Aventura

Paisagem que diz tudo

Do alto do Morro do Canal, em Piraquara, dá para ver a deslumbrante paisagem das águas que vão abastecer as torneiras de Curitiba e região

Piraquara • 22/11/2011

92 pessoas curtiram isso

Cidades

Almirante Tamandaré	Mandirituba
Araucária	Pinhais
Campo Largo	Piraquara
Campo Magro	Quatro Barras
Colombo	São José dos Pinhais
Fazenda Rio Grande	Outras cidades

Matérias encontradas: 1

Depoimentos

Nenhum depoimento encontrado.

Atrativos turísticos

Almirante Tamandaré	Parque Santa Maria
Almirante Tamandaré	Casarão Trevisan
Araucária	Turismo Rural "Caminhos de Guajuvira"
Campo Magro	Cachoeiras Gêmeas

Notícias

Nenhuma notícia encontrada.

Agenda

Piraquara 26 de novembro de 2011
Caminhada Internacional na Natureza - Circuito Nascentes do Rio Iguaçu

[Ver agenda completa](#)

Pinha Pinhão

[O site](#)
[Fale Conosco](#)
[Fórum](#)